



TEMPO DO OUVIR. SONS, VÍNCULOS E AMBIENTES COMUNICACIONAIS.

José Eugenio de Oliveira Menezes¹

Resumo

O texto dialoga com a proposição de Dietmar Kamper a respeito de um novo tempo ou “uma nova época para o ouvir”. No contexto dos estudos a respeito da “cultura do ouvir” problematiza o “ouvir” como uma categoria do corpo, considera a materialidade das vibrações sonoras e trabalha com uma concepção de comunicação como atividade vinculadora, isto é, geradora de ambientes de afetividade. A partir da radiopeça “Edgard”, de Julio de Paula, apresentada no contexto do projeto *Mobile Radio* da Trigésima Bienal Internacional das Artes de São Paulo (2012), mostra como os sons ocupam as diferentes capilaridades da comunicação.

Palavras-chave: Cultura do Ouvir. Dietmar Kamper. Vínculos. Ecologia da Comunicação. Mobile Radio. Julio de Paula.

Uma nova época do ouvir

Na *Enciclopedia Antropologica* (2002), edição italiana do *Handbuck Historische Anthropologie* organizado por Christoph Wulf (1997), encontramos seis verbetes redigidos por Dietmar Kamper (1936-2001): homem (ser humano), corpo, imagem, loucura, desejo e fantasia. Em uma obra em que a Antropologia Histórica é apresentada pelo organizador como uma perspectiva transdisciplinar que considera a cultura em tempos e espaços determinados e em constante transformação, os verbetes de Kamper remetem à compreensão do “corpo”, configurado em termos históricos e culturais, como centro de interesse ao qual é dedicado a sessão central da obra.

A riqueza da perspectiva transdisciplinar da Antropologia Histórica, entre outros fatores, levaram o corpo e os sentidos a se converterem em um eixo ou tema imprescindível

¹ Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, pesquisador do grupo de pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir e do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia – CISC. E-mail: jeomenezes@casperlibero.edu.br.

V COMcult

o que custa o virtual?

para a compreensão dos processos de comunicação na contemporaneidade. No mesmo período em que preparava os verbetes da Enciclopédia, no livro *Distúrbios da Imagem – Na Órbita do Imaginário (Bildstörungen – Im Orbit des Imaginären)* Kamper (1994) dedicou um capítulo ao fenômeno que denomina “padecimento dos olhos”. Dialogando com Kamper, Baitello frisou, em uma palestra com o título *Cultura do Ouvir*, proferida no *Seminário A Arte da Escuta*, realizado na Universidade Federal do Rio de Janeiro em 2009, que em um cenário marcado pelo exagero de imagens desconectadas de seu ambiente e de sua história, acentuado pela fúria devoradora do tempo que as descarta, corremos o risco de quase não vermos mais nexos, relações e sentidos. Nesse contexto, volta a Kamper que, na obra acima citada, enfatiza que uma nova época do ouvir está anunciada.

As ideias para uma estética pós-midiática são absolutamente necessárias. Uma introdução já seria a não percepção visual do outro. E do tempo como um opositor. Uma nova época do ouvir está anunciada (Kamper, 1994, p. 27).

O presente ensaio se propõe a esboçar tentativas de compreensão da proposição “Uma nova época do ouvir está anunciada”. As discussões de Kamper, na nossa leitura, propõem a compreensão dos processos de comunicação a partir do corpo.

Em 2008, quando esboçamos os primeiros passos do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir, percebemos que na chamada “cultura do ouvir” somos desafiados a potencializar a capacidade de vibração do corpo diante dos corpos dos outros, a ampliar o leque da sensorialidade para além da visão. Ir além da racionalidade, que tudo quer ver, para participar de ambientes nos quais os corpos possam ser tocados pelas ondas de outros corpos, pelas palavras que reverberam, pela canção que excita ou acalma, pelas vozes que vão além dos lugares comuns e das tautologias midiáticas (Menezes, 2012).

O som que envolve

Enquanto o paladar, o olfato e o tato integram os “sentidos da proximidade”, a audição e a visão integram os “sentidos da distância” (Montagu, 1988, p. 19). Essa distinção ajuda a perceber a importância, na contemporaneidade, dos termos cultura visual e cultura do ouvir, bem como dos problemas gerados pela poluição visual e pela poluição sonora, raízes do

V COMcult

o que custa o virtual?

padecimento dos olhos cansados ou da surdez: é possível que degustemos muito pouco do que vemos e ouvimos. Ao frisarmos o termo “cultura do ouvir” assumimos o desafio proposto por Kamper quanto a “uma nova época para o ouvir”, isto é, para o cultivo das características do ouvir que, como vimos acima, “requer o tempo do fluxo como tempo do nexo, das conexões, das relações, dos sentidos e do sentir” (Baitello, 2014, p. 145).

Sabemos que o ouvido, além de acolher os sons, isto é, perceber ondas de compressão e rarefação propagadas através de um meio, também é responsável pela localização dos corpos nos ambientes como uma caverna, uma casa ou uma rua. O som, por sua vez, é uma onda constituída por impulsos mecânicos que se propagam através das partículas de um determinado meio. Assim, o som atinge toda a pele do *homo sapiens-demens* (Morin, 1979), envolve corpos e objetos, ocupa todas as capilaridades e, ao atingir o ouvido de uma pessoa, faz o tímpano vibrar.

Não é possível escapar das vibrações sonoras da mesma forma como cerramos as pálpebras e fechamos os olhos. Considerando que os sons implicam a materialidade das ondas que nos envolvem, ondas das quais participamos acrescentando outras ondas, podemos dizer que fisicamente os sons geram um determinado ambiente no qual os envolvidos – corpos e objetos – participam de uma forma compulsória, geralmente não podem escolher de não serem tocados pelos sons.

Da mesma forma que as vibrações sonoras ocupam ambientes no sentido físico do termo, podemos dizer que também geram ambientes comunicacionais nos quais é impossível não participar, perspectiva que nos lembra do antropólogo estadunidense Ray Birdwhistell (1918-1994), para quem o homem não é autor da comunicação, mas participa da mesma. Ou ainda nos recorda do psicoterapeuta austríaco Paul Watzlawick (1921-2007), um dos fundadores do *Mental Research Institute* de Palo Alto (Califórnia), que afirma ser impossível não se comunicar (Birdwhistell; Watzlawick *apud* Winkin, 1998). Assim, sons ou vibrações favorecem um ambiente no qual os corpos envolvidos são afetados praticamente sem escolha, participam de forma mais ou menos profunda dos ambientes comunicacionais.

A dinâmica envolvente da materialidade dos sons gera ambientes nos quais os participantes ou protagonistas atuam extrapolando as perspectivas comunicacionais por muito tempo estudadas como estímulos e respostas. Permite passos para uma ciência da

V COMcult

o que custa o virtual?

comunicação probabilística e complexa que vai além de uma perspectiva científica funcionalista e determinista.

O Ambiente sonoro

O estudo do ambiente gerado pelo som nos reporta às pesquisas anteriores ao redor do tema. A investigação a respeito da paisagem sonora ou “soundscape”, desenvolvido pelo compositor canadense Raymond Murray Schafer no *Projeto Paisagem Sonora Mundial*, se propôs a responder uma pergunta: “qual é a relação entre os homens e os sons de seu ambiente e o que acontece quando esses sons se modificam” (Shafer, 2001, p. 18). O projeto começou em 1969, na Simon Fraser University (Canadá) e a pesquisa foi relatada no livro “A afinação do mundo”, título acompanhado de um subtítulo que praticamente resume o objetivo do texto: “Uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora” (Schafer, 2001). Depois de anotar diferenças entre as paisagens sonoras do período anterior à presença das máquinas, narradas por escritores e poetas, Schafer registra as transformações ocorridas após a revolução industrial e elétrica com um pensamento “relacionado à tentativa de restituir uma relação equilibrada entre homem e ambiente” (Obici, 2008, p. 41).

A busca por paisagens com sons naturais fez com Schafer deixasse seu emprego na universidade para residir no campo, como relata Marisa Fonterrada, uma das tradutoras brasileiras de suas obras:

Em 1974 ele decidiu abandonar seu emprego na universidade e mudar-se para uma fazenda, situada em Monteagle Valley, Ontário. Ali, no novo ambiente, onde os sons naturais prevaleciam sobre os urbanos, ele pôde melhor sentir e vivenciar quão importantes para a natureza humana eram os sons saudáveis – isto é, aqueles em equilíbrio com a capacidade de audição, percepção e assimilação dos sons e da música para o homem, uma questão a que o Projeto Paisagem Sonora Mundial se dedicara desde o início (Fonterrada, 2003, p. 44).

A investigação a respeito de uma relação equilibrada entre homem e ambiente sonoro o tornou conhecido como proponente da “ecologia acústica”. Considerando que “a ecologia é o estudo da relação entre os organismos vivos e seu ambiente”, entende que a ecologia acústica é “o estudo dos sons em relação à vida e à sociedade”. Enfim, “isso não pode ser realizado em

V COMcult

o que custa o virtual?

laboratório. Só poderá ser desenvolvido se forem considerados, no próprio local, os efeitos do ambiente acústico sobre as criaturas que ali vivem” (Schafer, 2001, p. 287).

A perspectiva da ecologia acústica pode ser cotejada com a noção de ecologia da comunicação do pesquisador espanhol Vicente Romano. Para o comunicólogo a exagerada mediatização do cotidiano com a presença de aparelhos eletrônicos gera consequências ecológicas para a natureza dialógica do ser humano. No livro *Ecología de la Comunicación* (2004), Romano constata que estamos diante de uma crise no ambiente humano da comunicação e propõe uma ecologia da comunicação com o objetivo de se adaptar as tecnologias da informação já disponíveis “às condições e possibilidades da comunicação primária, do contato humano elementar e direto” (2004, p. 157). Assim, questiona os efeitos do uso de equipamentos quando estes predominam sobre os contatos presenciais e propõe que as tecnologias, em particular as dos meios com telas, devem ser adaptadas às possibilidades do corpo humano e aos valores “eco-comunicacionais” como o fato que biologicamente dispomos apenas de 24 horas por dia para viver, seis ou sete das quais, em geral devemos dedicar ao sono, além de outras duas para alimentação e higiene pessoal (Menezes, 2013).

O ouvir como uma dinâmica corporal

Considerando, como vimos acima, a materialidade das vibrações sonoras como geradoras de ambientes físicos; a ecologia acústica, na perspectiva de Schafer, como estudo dos sons em relação à vida e à sociedade, isto é, os efeitos do ambiente acústico sobre as criaturas que nele vivem; a ecologia da comunicação, na linha de Vicente Romano, como a preservação das possibilidades do corpo humano e dos valores “eco-comunicacionais” no contexto do excesso de comunicações mediadas por equipamentos, usamos o termo “Ecologia da Comunicação” como metáfora sistêmica para compreensão/investigação/observação de como, a partir do corpo, os processos de comunicação se “esparrramam” por diferentes capilaridades.

Aqui é importante frisar que utilizamos o termo “corpo” alinhando os processos filogenéticos (desenvolvimento da espécie) e ontogenéticos (desenvolvimento de cada indivíduo), a complexidade biológica e a complexidade cultural. Entedemos, como afirma

V COMcult

o que custa o virtual?

Maurício Riberiro da Silva, que “no contexto da comunicação, o estabelecimento de vínculos em lugar de conexões, de trocas simbólicas em lugar de contatos e o estabelecimento da imaginação aliada à recuperação do corpo, enquanto entidade autônoma parece ser o caminho para a contribuição da área” (Silva, 2012, p. 146) para o estudo da comunicação na contemporaneidade (Menezes, 2015).

Em um fragmento do *De anima*, Aristóteles (384-322 a.C) já descrevia o som ocupando o espaço, que ele denomina como “vazio”, e que o sonoro é o que poder mover o ar até o ouvido.

Diz-se corretamente que o responsável pelo ouvir é o vazio. Pois há a opinião de que o vazio é o ar, e é este o que faz ouvir, quando é movido em bloco e de maneira contínua. Mas por ser fragmentário o ar não soa alto, a não ser que seja liso e que for golpeado. Neste caso, o ar torna-se simultaneamente um bloco por causa da superfície, pois una é a superfície do que é liso. Sonoro, estão, é o que pode mover o ar continuamente em bloco até o ouvir (Aristóteles, [s/d, 419b33] 2012, 91)

O espaço, acima chamado de “vazio”, ou, na nossa leitura, o território comum, o ambiente afetivo é justamente o lugar no qual são estabelecidos e mantidos os vínculos (Contrera *in* Marcondes, 2014, p. 468). Assim, “vincular significa aqui ter ou criar um elo simbólico ou material constituir um espaço (ou um território) comum, a base primeira para a comunicação” (Baitello, 1997, p. 87).

Nesse caminho trabalhamos com uma concepção de comunicação como atividade vinculadora, isto é, geradora de ambientes de afetividade. Entendendo, com Kamper, que o ouvir é uma categoria do corpo e seu pensar, percebemos que os vínculos sonoros são constituídos por uma complexa trama de matizes afetivos e enfatizamos a necessidade de não se confundir a dinâmica probabilística e complexa da comunicação com o sentido funcionalista de troca de informações (Baitello *in* Menezes, 2007, p. 13).

Ao investigarmos o ouvir como uma dinâmica do corpo retomamos algumas das questões abordadas por Dietmar Kamper.

O ouvir supõe que o corpo esteja presente em um determinado ambiente, que esteja disposto a tal, situação muito delicada quando constatamos a “perda do presente”, isto é, a dificuldade do homem contemporâneo em estar no lugar e no tempo que está o seu corpo (Kamper, 1995).

V COMcult

o que custa o virtual?

O ouvir implica, como já acenamos acima, a lenta aprendizagem do sentir para acolher, tecer conexões ou caminhar em busca “das relações, dos sentidos e do sentir” (Baitello, 2014, p. 145). O ouvir amplia as possibilidades de contato com o universo tridimensional, como nos lembra Christoph Wulf:

Enquanto a vista nos dá uma imagem do mundo em duas dimensões, *o aspecto tridimensional do espaço* manifesta-se através do ouvido. Enquanto a vista percebe apenas objetos que estão “diante” dela, a orelha percebe sonoridades, tonalidades e timbres que se encontram atrás dela. Através do ouvido se desenvolvem *o sentido e a consciência do espaço*. A combinação do ouvido e do sentido do espaço, corresponde a implantação morfológica do sentido de equilíbrio na orelha. Com o ouvido, nós nos “localizamos” no espaço e garantimo-nos a o andar ereto e o equilíbrio (Wulf, 2002, p. 464).

O ouvir, como sentido de distância, paradoxalmente faz com que os participantes dos processos de comunicação se sintam próximos, reconheçam-se mutuamente, trabalhem de forma mais comprometida, por exemplo, na redução da escalada da violência doméstica e urbana, como alertou Kamper no evento Imagem e Violência, realizado no período de 28 a 31 de março de 2000, no Sesc Vila Mariana, em São Paulo. O ouvir pode abrir caminho ao toque, ao carinho; da mesma forma que o ouvido é invadido pelas ondas sonoras, o corpo do outro pode ser tocado tanto pelas ondas sonoras como, quando há abertura para isso, de forma tátil no abraço e no afago.

O ouvir implica no que Kamper denomina o processo de ampliação da percepção do outro quando muito limitada à visualidade. Enquanto o outro é predominantemente uma imagem, pode ser descartado e substituído pela próxima imagem. A pressa em buscar ou deixar-se invadir pela próxima imagem faz com que o tempo se oponha à vida: o ouvir implica na necessidade de não considerar o tempo como um opositor. Frisando esta questão, Kamper já alertava que “a profundidade do mundo não é para o olho. E quando o olhar penetra, apenas aumentam novamente as superfícies e superficialidades” (Kamper, 1995, p.57).

A audição integra o sistema corporal para a auto-percepção, subjetivação e sociabilidade, como descreve Christoph Wulf na edição italiana da *Enciclopedia Antropologica*:

V COMcult

o que custa o virtual?

Como o sentido do ouvido é retroativo, o locutor ouve a si mesmo. Seu ouvido segue sua fala. Isto o permite de se seguir como locutor, de ser, portanto refletido. Se fizermos abstração da situação ontogenética da qual o ouvido precede a fala – e a torna possível – não se pode decidir se a fala precede o ouvido ou o ouvido à fala. Quando uma palavra endereçada a um outro homem é percebida, torna-se para o locutor e para o ouvinte o ponto de partida para outras palavras e assim por diante. Esta particularidade do sentido do ouvido permite uma *percepção de si* pelo homem. Ouvir a respiração, o movimento e a digestão do próprio corpo permite não apenas uma percepção de si elementar e uma *confirmação de si*, mas também um processo de afetação de si. Isto se manifesta já nos métodos vegetativos, e é particularmente eficaz na fala. Falar é também se falar. É desta forma que o sentido do ouvido tem um papel particular na constituição da subjetividade e da sociabilidade (Wulf, 2002, p. 463).

Também com o som temos um problema quando se insiste na repetição das palavras ouvidas, em forma de eco, questão já abordada na narrativa grega da ninfa Eco. Por outro lado, na cultura ocidental contemporânea, o silêncio está reservado aos templos, igrejas, salas de concerto, teatros, cinemas e bibliotecas. Guardar o silêncio, talvez o mais eloquente dos clamores, provavelmente é uma prática mais comum nos países do Oriente que nos países do Ocidente. Wulf frisa que no silêncio se reorganiza o mundo, a linguagem e o discurso. “No silêncio se transforma o sentido, surge uma complexidade enigmática na qual a linguagem trabalha em vão” (Wulf, 2008, p. 147).

O ouvir nos alerta, no contexto universitário, para a acolhida das noções, conceitos ou teorias de diferentes famílias teóricas. Abre caminhos para a convivência crítica sem o menosprezo ou censura pelas noções, conceitos ou teorias dos outros. Abre caminhos também para o silêncio contemplativo da comunicação com os outros, ou então para o silêncio quando no meio de tanta busca quantitativa em relação à produção de textos corremos sempre o risco de ouvir mais do mesmo.

É possível que ao vislumbrar a necessidade de uma época para o ouvir Kamper também nos tenha lembrado dos desafios das opiniões que desaguam no lixo linguístico que especialmente nos meios de comunicação, mas não só, entopem as últimas lacunas do mundo homogeneizado.

Visto com exatidão, tornou-se completamente sem sentido manifestar opiniões nas molduras estabelecidas dos meios de comunicação. Todas as opiniões, especialmente as contraditórias, deságuam nas mesmas coisas: nas tautologias que, como lixo linguístico, entopem as últimas lacunas do mundo homogeneizado. Apenas quando se começar a contradizer a si próprio é que se pode prosseguir. Tem-se que aprender a

V COMcult

o que custa o virtual?

pensar contra o pensamento e a direcionar afirmações contra si mesmo, para que ampliem a fenda que se abre há muito através do sujeito humano. Apenas paradoxos alcançam aproximativamente esta situação. A tentativa de tornar o mundo unívoco pelos signos era e é uma maneira de destruição do mundo (Kamper, 1995, p. 57).

Nesse contexto, dialogando também com Kamper, a ementa do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir indica que o grupo estuda a comunicação como sistema de vinculação social que possibilita a organização da cultura como microssistema comunicativo. No estudo das raízes da comunicação, da cultura, da técnica e da tecnologia, investiga as relações entre a comunicação nos ambientes presenciais (tridimensionais) e a comunicação nos ambientes digitais (nulo dimensionais). Privilegia a cultura do ouvir como postura fenomenológica para compreensão da comunicação a partir do corpo e de seus sentidos. Além da sincronização sociocultural proporcionada pelo rádio, nos aparatos tradicionais e digitais, o grupo também se volta para as mudanças na percepção do tempo e do espaço nos ambientes marcados pelos vetores da denominada “cultura digital” como, por exemplo: velocidade, hipertextualidade e interface. Neste contexto investiga os ambientes comunicacionais em perspectiva sistêmica, a ecologia da comunicação, as raízes lúdicas da cultura, as redes e as concepções de media literacy, os imaginários e as concepções discursivas e/ou dialógicas a respeito da construção coletiva do conhecimento e do exercício da cidadania na cultura digital, bem como as tensões entre mercado e políticas públicas de comunicação locais / globais (Menezes, 2012).

Os sons nas capilaridades da comunicação

A título de contribuir para a continuidade dessa reflexão apresentamos um exemplo de como as experiências comunicativas se esparramaram pelas porosidades entre corpos e equipamentos, ou para continuarmos usando os termos acima, como alguns processos comunicativos ocupam as diferentes capilaridades.

Considerando que os sons ocupam os espaços criados pelos diferentes tipos de capilaridades da comunicação, percebemos que cada capilaridade constrói um ambiente, como “um tipo de irrigação cria uma lavoura ou uma vascularização cria um corpo” (Baitello, 2010, p. 105). Entendemos que as descrições das quatro capilaridades e as observações das

V COMcult

o que custa o virtual?

mesmas de forma empírica nos ajudam a compreender de que maneira os processos de comunicação se esparramam ocupando os espaços das diferentes capilaridades: a capilaridade da comunicação presencial, a capilaridade alfabética, a capilaridade elétrica e a capilaridade eólica (Baitello, 2010, p. 103-113).

A noção de capilaridades da comunicação nos leva considerar os espaços concretos onde os corpos participam de processos comunicativos em ambientes densos de afetividade. Para Norval Baitello, cada tipo de capilaridade permite a construção um tipo de um ambiente comunicacional.

Assim, como proposta de investigação em desenvolvimento, descreve quatro tipos de capilaridades: a capilaridade da comunicação presencial, a capilaridade alfabética, a capilaridade elétrica e a capilaridade eólica. A primeira designa o corpo como base de toda comunicação marcada pela magia da presença. A segunda implica a capacidade de penetração do mundo e das percepções veiculadas pela escrita alfabética, pelo tempo lento da escrita e da leitura, pela ampliação do raio natural de atuação do corpo por meio, por exemplo, de cartas ou jornais. A terceira indica todo o conjunto de impulsos elétricos para transmissão imediata da voz e da imagem inaugurando novas relações de espaço e tempo; o cultivo da ilusão de uma proximidade do mundo com o mundo privado do usuário e ainda o fato que os aparelhos podem ser ligados ou desligados nos aparatos convencionais. A quarta capilaridade indica um universo no qual as casas se tornam esburacadas e permeáveis pelos ventos da mídia. Assim, “aperfeiçoa a permeabilidade do homem aos poderes da mídia terciária que, com o aperfeiçoamento de seus aparatos elétricos que não se desligam nunca e de suas linguagens cada vez mais rarefeitas, instaura uma capilaridade eólica, como o vento que entra por todas as frestas e buracos permanentemente” (Baitello, 2010, p. 113). O autor ainda frisa que se nos ambientes criados pela capilaridade elétrica os aparelhos convencionais podem ser ligados e desligados, no quadro da capilaridade eólica fica evidente a tendência a suprimir a tecla *off*.



Considerações finais: som e arte

Alguns dos estudos a respeito do som (Chagas, 2014) e da cultura do ouvir (Moura, 2011; Fernandes, 2014; Diogo, 2014; Silva, 2014) mostram como diversos artistas criam produções sonoras para exibição em ambientes acústicos ou para veiculação nas diversas formas de rádio tanto por ondas eletromagnéticas como por *streaming* nas redes digitais.

A peça radiofônica “*Edgard – e o rádio se fez*”, por exemplo, produzida por Julio José de Paula e equipe, no contexto do projeto *Mobile Radio*, na 30ª Bienal de São Paulo, em 2012, na comemoração dos 90 anos de rádio no Brasil, tem como título o nome de um dos principais responsáveis pelo desenvolvimento do rádio no país: Edgard Roquete Pinto (Mesquita, 2014). A peça radiofônica estabelece uma relação com a data da primeira transmissão de rádio no Brasil, 7 de setembro de 1922, durante a Exposição do Centenário da Independência.

A radiopeça, uma expressão artística de criação sonora para rádio, pode ser observada como uma ocupação das quatro capilaridades da comunicação: a capilaridade da comunicação presencial, a capilaridade alfabética, a capilaridade elétrica e a capilaridade eólica. Um grupo de artistas e simpatizantes se reúne voluntariamente na sua criação em um ambiente denso de afetividades – uma área do edifício da Bienal; a criação sonora parte de um texto que funciona como pré-roteiro, isto é, pauta-se por uma expressão escrita; a edição ou mixagem de vozes e outras sonoras, como trechos de *O Guarani* de Carlos Gomes, previamente gravados, bem como a disponibilização para os aparelhos de rádio ou similares, é realizada mediante recursos da capilaridade alfabética; e finalmente, a obra de arte sonora continua até o momento disponível para ser acessada, em forma de *streaming*, no contexto da computação em nuvem (*cloud computing*) do aplicativo denominado *SoundCloud*, ocupando assim a capilaridade eólica utilizada por aparelhos móveis sem fio – *mobile media* -, que outrora funcionavam apenas como telefones celulares.

Privilegiar, como vimos acima, a cultura do ouvir como postura fenomenológica para compreensão da comunicação a partir do corpo e de seus sentidos implica que, em numa nova



época ou tempo para o ouvir, devemos continuar articulando os sons, os vínculos e os vínculos sonoros com os ambientes comunicacionais.

Referências

ARISTÓTELES. **De anima**. Trad. Maria C.G. dos Reis. São Paulo: Editora 34, 2012. P. 91.

BAITELLO Jr., Norval. Os sentidos e as redes. Considerações sobre a comunicação presencial na era telemática. In: BARBOSA, M.; MORAIS, O.J. (Orgs.). **Comunicação em tempo de redes sociais**. São Paulo: Intercom, 2013, p. 59-65.

BAITELLO Jr., Norval. A cultura do ouvir. In: BAITELLO Jr., N. **A era da iconofagia**. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014, p.133-146. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br>>. Acesso em: 10 fev. 2015.

BAITELLO Jr., Norval. As capilaridades da comunicação. In: BAITELLO Jr., Norval. **A serpente, a maçã e o holograma**. Esboços para uma Teoria da Mídia. São Paulo: Paulus, 2010. p. 103-113.

BAITELLO Jr., Norval. Um corpo que ouve. Sobre vertigens e audições na era das imagens. In: MENEZES, José Eugenio de O. **Rádio e Cidade. Vínculos Sonoros**. São Paulo: Annablume, 2017.p. 11-13.

BERENDT, Joachin-Ernst. **Nada Brahma**. A música e o universo da consciência. São Paulo: Cultrix, 1973.

BORNHAUSEN, Diogo; MIKLOS, Jorge; SILVA, Maurício Ribeiro da (Orgs.). **CISC 20 anos. Comunicação, Cultura e Mídia**. Ribeirão Preto: Bluecom, 2012. Disponível em: <www.cisc.org.br>. Acesso em: 30 jun. 2015.

CHAGAS, Paulo C. **Unsayable Music**. Six reflections on musical semiotics, electroacoustic and digital music. Louvain: Presses Universitaires de Louvain, 2014.

CONTRERA, Malena. Vínculo comunicativo. In: MARCONDES F., Ciro. **Dicionário da Comunicação**. 2 ed. São Paulo: Paulus, 2014. p. 459.

DIOGO, Natália Constantino. **Música nas mídias móveis: vínculos, ambientes e ritmos**. 2014. 80f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade Cásper Líbero, São Paulo.

FERNANDES, Rodrigo Fonseca. **Rádio Brincadeira: os jogos sonoros e performances do corpo nos programas infantis**. 2014. 106f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica, São Paulo.

KAMPER, Dietmar. **Bildstörungen. Im Orbit des Imaginären**. Stuttgart: Cantz, 1994.

KAMPER, Dietmar. **O trabalho como vida**. São Paulo: Annablume, 1997.

V COMcult

o que custa o virtual?

KAMPER, Dietmar. O padecimento dos olhos. In: CASTRO, Gustavo et.al. **Ensaio de Complexidade**. Porto Alegre: Sulina, 1997.

KAMPER, Dietmar. **Corpo. Fantasia. Imagem. Loucura**. Disponível em: <www.cisc.org.br>. Acesso em: 15 jun. 2015.

MENEZES, José Eugenio de O. **Rádio e cidade**. Vínculos sonoros. São Paulo: Annablume, 2007.

MENEZES, J.E.O. Cultura do ouvir. Das pinturas rupestres aos audiocasts. **Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Intercom, Recife, 2011. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=38879>>. Acesso em: 25 jun. 2015.

MENEZES, J.E.O. Vínculos sonoros e ecologia da comunicação. In: BORNHAUSEN, Diogo; MIKLOS, Jorge; SILVA, Maurício R. (Orgs.). **CISC – 20 anos. Comunicação, Cultura e Mídia**. Ribeirão Preto: Bluecom, 2012. Disponível em: <www.cisc.org.br>. Acesso em: 15 jun. 2015.

MENEZES, J.E.O. Ecologia da Comunicação: a cultura como um macrosistema comunicativo. In: CHIACHIRI F., R.; CAZELOTO, E; MENEZES, J.E.O. (Orgs.). **Comunicação, Tecnologia e Cidadania**. São Paulo: Plêiade, 2013. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/mestrado/livros-mestrado/>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

MENEZES, J.E.O.; CARDOSO, M. (Orgs.). **Comunicação e Cultura do Ouvir**. São Paulo: Plêiade, 2012. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/mestrado/livros-mestrado/>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

MESQUITA, Jane Maria Santos de. **Estética radiofônica: a ambientação sonora da radiopeça “Edgard”**. Monografia (Pós-graduação em Comunicação), Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2014.

MIKLOS, Jorge. **A construção de vínculos religiosos na cibercultura: a ciber-religião**. 2010. 145 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) Pontifícia Universidade Católica, São Paulo. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_arquivos/1/TDE-2010-12-16T08:26:53Z-10463/Publico/Jorge%20Miklos.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2015.

MOBILE RADIO. **Edgard by Julio de Paula**. Disponível em: <<https://soundcloud.com/mobile-radio/edgard-by-julio-de-paula>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

MONTAGU, Ashley. **Tocar. O significado humano da pele**. São Paulo: Summus, 1998.

MORIN, Edgar. **O enigma do homem**. Para uma nova antropologia. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

MOURA, Lidia Zuin. **Kunst ist Krieg: Música industrial e discurso belicista**. 2011. 120f. Monografia (Graduação em Comunicação / Jornalismo), Faculdade Cásper Líbero, São Paulo.

OBICI, Giuliano. **Condição da escuta**. Mídias e territórios sonoros. São Paulo: Sete Letras/FAPESP, 2008.

V COMcult

o que custa o virtual?

PAISAGEM SONORA MUNDIAL. **Simon Fraser University**. Disponível em: <<http://www.sfu.ca/~truax/wsp.html>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

ROMANO, Vicente. **Ecología de la Comunicación**. Hondarríbia: Editorial Hiru, 2004.

SCHAFER, Raymond Murray. **A afinação do mundo**. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

SILVA, Júlia Lúcia de O. A. da. **Mergulho no escuro e outros mergulhos**. Programas de auditório como ambientes radiofônicos. 2014. 131f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica, São Paulo.

SILVA, Maurício Ribeiro da. **Na órbita do imaginário**. Comunicação, imagem e os espaços da vida. São José do Rio Preto: Bluecom; São Paulo: Unip, 2012.

WULF, Christoph; BORSARI, Andrea (Orgs.). **Cosmo, Corpo, Cultura: Enciclopedia Antropologica**. Milano: Bruno Mondadori, 2002.

WULF, Christoph. **Antropología. Historia, cultura, filosofía**. Barcelona: Anthropos; México: Universidad Autónoma, 2008.